

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є розробка системи оцінки оборонної маркетингової стратегії на основі аналізу ефективності реалізації функцій бренду.

1. Нильсон Т. Конкурентный брендинг. – СПб.: Питер, 2003. – 208 с.
2. Яненко М. Торговые марки в товарной политике фирмы. – СПб.: Питер, 2005. – 240 с.
3. Байлер А. Магия бренда // Роль рекламы в создании сильных брендов. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2005. – С.227-249.
4. Эллууд Я. 100 приемов эффективного брендинга: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.
5. Дэвис С.М. Управление активами торговой марки: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2001. – 272 с.
6. Райс Э., Траут Дж. Маркетинговые войны: Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2003. – 256 с.

Отримано 15.07.2008

УДК 336.32.94

А.А.ПОНОМАРЕНКО, Т.А.КОВАЛЬ, кандидаты экон. наук
Харьковский национальный экономический университет

ОСОБЕННОСТИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рассматриваются вопросы содержания и значения инноваций. Раскрывается сущность инновационной деятельности и анализируется ее место в современных условиях.

В настоящее время все более актуальным становится вопрос о продуктивности работы научно-исследовательских подразделений, который обычно связывают с количеством идей, генерируемых группой НИР (научно-исследовательских разработок) и направленных на удовлетворение потребностей предприятия [1, 2]. Важность исследования стимулирования инноваций отмечается большинством ученых-экономистов, занимающихся проблемами научно-технического прогресса [3-5]. Если количество идей превосходит технический потенциал фирмы, то отбираются лишь самые высокопродуктивные идеи, при условии, что капиталовложения в инновации дают незначительную прибыль. И наоборот, если технический потенциал превосходит имеющиеся идеи, предприятие не будет оценивать весь потенциал продуктивных идей. Следовательно, одной из фундаментальных задач в управлении технологией генерирования инноваций является баланс спроса и предложения ценных идей [6].

Следующая проблема касается акцента и новизны идей. Акцент делается на обеспечении баланса между инновацией продукции и инновацией процесса. Новизна подразумевает степень отличия предла-

гаемой практики от текущей. В высшей степени новаторские идеи часто характеризуют как радикальные идеи, которые дают небольшие улучшения текущей практики и определяются как накопительные.

Радикальные изменения технологических процессов происходят даже в низкотехнологических отраслях и их влияние на отдельные предприятия значительно. Невозможна также безоглядная ориентация на мелкие изменения в свойствах, конструкции и качестве продукции. Таким образом, баланс идей – радикальных и накопительных – является одним из важнейших вопросов в управлении исследованиями и разработками.

Количество и новизна в управлении идеями ведут к предположению, что для инновационных целей не все идеи имеют равную ценность. По этой причине важно учитывать, как руководители могут стимулировать генерирование потенциально ценных и своевременных идей для проектов НИР.

Большое количество высококачественных научно-технических идей никогда не предлагается для оценки и рассмотрения. Так происходит потому, что руководство оценивает продвижение текущего проекта выше, чем генерирование идей для новых предложений. Система рассмотрения проектов уделяет значительное внимание методичному завершению существующей работы. Идеи, которые, скорее всего, не пройдут проверку на востребованность и своевременность, никогда не рассматриваются.

Генерирование идей может быть отражено в должностных обязанностях и системе вознаграждения. На генерирование идей должно отводиться определенное время. Большое количество организаций создают базы данных, в которых фиксируются и сохраняются идеи, выпавшие из официального процесса обзора проектов. Некоторые создают советы технических консультантов для встреч с руководством научных подразделений, которые стимулировали бы глубокое и всестороннее рассмотрение продуктивности и количества поступающих идей [6].

В любой момент времени люди могут использовать лишь определенный объем информации. Идеи, которые будут генерированы в будущем, определяются способностью руководства нацелить сотрудников группы НИР на более важные проблемы и возможности предприятия. По этой причине одной из важнейших функций руководства является обеспечение персонала группы НИР информацией, которая содержит предложения относительно потребностей и возможностей организации.

Для того чтобы добиться максимальной эффективности в этой области, руководству необходимо знать, какого рода идеи требуются, и уметь дать им оценку, а также выбрать те, которые отвечают необходимым требованиям. С помощью технического персонала должно сосредотачиваться внимание на идеях, реализация которых в дальнейшем может обеспечить успех организации. С точки зрения теории, идеальным вспомогательным документом был бы составленный стратегический технический план. Многие руководители не считают эти планы руководством к действию. Практический опыт показывает, что научно-технический персонал со временем усваивает, что не всегда можно доверять надежности предложений руководства относительно потребностей и возможностей организации. Одним из самых надежных источников информации о потребностях и возможностях организации являются потенциальные пользователи результатов исследований, которые получены на основе идей. При условии, что руководство заинтересовано в совершенствовании данного процесса, подразделение НИР должно тесно сотрудничать с инженерами производства. Основной задачей руководства при этом является формулировка и доведение до сведения научно-технического персонала необходимости получения радикально новых продуктов или процессов, для которых еще не нашелся внутренний пользователь. Старший технический персонал и наиболее опытные сотрудники предприятия являются единственным источником надежной и убедительной информации о таких потребностях.

Инновациям дают импульс идеи, являющиеся продуктом человеческого интеллекта. Люди, работающие в научно-исследовательских подразделениях, используя свои знания, будут генерировать новые идеи или усиливать новаторский элемент в идеях, которые генерируются в другом месте.

Существует два типа идей, которые встречаются в НИР:

- идеи, относящиеся к уже имеющимся научным или техническим знаниям, применяемым к новым проблемам;
- идеи, которые приводят к обогащению имеющейся базы научно-технических знаний.

Эти типы идей служат основой создания новых изделий, которые повышают продуктивность и создают условия для конкуренции. Однако такие идеи способствуют устарению целых систем знаний, техники и даже отраслей.

Проблема в управлении научными исследованиями и разработками заключается в достижении такого положения, при котором руководители НИР могут стимулировать и влиять на процесс создания идей

[7].

Своевременное принятие решения обеспечивается инновационной политикой. Ее смысл заключается в своевременной концентрации управленческих усилий на освоении и использовании перспективных достижений научно-технического развития и своевременном обеспечении ресурсами динамики инноваций в интересах достижения целей организации, создании условий для долгосрочной эффективности ее деятельности.

Инновации включают в себя не только технические или технологические разработки, но и внедрение новых форм бизнеса, новых товаров и услуг, новых финансовых инструментов. Они характеризуются более высоким технологическим уровнем, более высокими потребительскими качествами товара или услуг по сравнению с предыдущим продуктом. Инновации являются важнейшим фактором стабильности функционирования предпринимательских, финансовых, кредитных структур, обеспечивают их экономический рост и конкурентоспособность [8].

Анализ современной инновационной проблематики позволяет выделить основные виды нововведений, между которыми существует тесная взаимосвязь:

- инновация продукции или услуг, которая представляет собой процесс обновления сытового потенциала, обеспечивающего выживаемость предприятия, расширение его доли на рынке, сохранение клиентов, укрепление его независимого положения;

- инновация технологических процессов, или технологическая инновация является процессом обновления производственного потенциала организации, направленным на рост производительности труда и экономии ресурсов, что, в свою очередь, дает возможность увеличивать прибыль, совершенствовать технику безопасности, проводить экологические мероприятия, внедрять новые информационные технологии и т.д.;

- организационная инновация – это процесс совершенствования организации производства и управления на предприятии;

- социальная инновация является процессом улучшения социальной сферы организации, которая мобилизует персонал на реализацию стратегии предприятия; расширяет возможности предприятия перед трудовым персоналом и обществом в целом.

1. Про інноваційну діяльність: Закон України // Урядовий кур'єр. – 2002. – №143.

2. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 3 липня 2001 р. „Про невідкладні заходи щодо виводу з кризового стану науково-технологічної сфери України і створення реальних умов для переходу економіки на інноваційну модель роз-

витку": Указ Президента України №640/2001 від 20 серпня 2001 р. // Урядовий кур'єр. – 2001. – №153.

3. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент. – СПб.: Питер, 2000. – 208 с.

4. Василенко В.О., Шматько В.Т. Інноваційний менеджмент. – К.: ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.

5. Гамидов Г.С., Колосов В.Г., Османов Н.О. Основы инноватики и инновационной деятельности. – СПб.: Политехника, 2000. – 323 с.

6. Современное управление / Под ред. Д.Н.Карпущина и Б.З.Мильнера. – М.: Издатцентр, 2000. – 759 с.

7. Задольский А.В. Оценка работы руководителей // Экономика Украины. – 2002. – №3. – С.88.

8. Ильяшенко С.Н. Экономический механизм управления инновационным развитием в условиях экономики переходного периода // Вісник Харківського державного економічного університету. – 2002. – №3. – С.55-59.

Получено 24.10.2008

УДК 339.137.2

М.С.НАУМОВ

Харківська національна академія міського господарства

ОСНОВНИ НАПРЯМИ ВПЛИВУ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ НА КОНКУРЕНЦІЮ

Розглядаються основні напрями впливу інтелектуалізації економіки на конкуренцію. Наводяться висновки про переважання тенденцій до монополізації з одночасним обмеженням ринкової влади.

Протягом другої половини ХХ ст. у світі відбулися істотні зміни, пов'язані з інформаційною революцією, які, звісно, не залишилися непоміченими економістами різних країн. Масштабність цих змін змусила говорити про входження людини в нову епоху. Одним із перших описав нове суспільство, в якому переважає сфера послуг і розумова діяльність, американський економіст Д.Белл. Саме він запропонував термін «постіндустріальне суспільство» (на противагу індустріальному) [1]. Проте згодом науковці стали виділяти певні риси нового суспільства, нової економіки й, відповідно, давати власні назви. Так з'явилися терміни «інформаційне суспільство», «суспільство знань», «неоекономіка», «інтелектономіка» тощо. Іноді вони використовуються як синоніми, іноді між ними проводиться певне розмежування. Відповідно немає єдиної думки і щодо сутності процесу інтелектуалізації економіки. Проте в найбільш загальних рисах її можна визначити як процес стрімкого зростання обсягів інформації, можливостей до її обробки та перетворення на знання, а також якісно нового розвитку свідомості людини. Необхідно підкреслити, що зазначені процеси пов'язані не тільки з професійною діяльністю людини, а й з її повсяк-